

**Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО Уральский государственный горный университет
ФГБОУ ВПО Югорский государственный университет**

**О.Н. Михайлюк
И.А. Черыгова**

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА
РОССИИ С ПОЗИЦИЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО
МАРКЕТИНГА**

*Рекомендовано Ученым советом Института мировой экономики
Уральского государственного горного университета*

Екатеринбург
Уральское издательство
2016

УДК 338.2

332.1

М 69

Рецензенты:

А.Н. Сёмин, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН, заслуженный деятель науки РФ, директор Института мировой экономики Уральского государственного горного университета

Ю.В. Лысенко, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Экономики предприятий и организаций Южно-Уральского государственного университета (Национальный исследовательский университет)

Михайлюк О.Н., Черыгова И.А.

М 69 Эффективность государственной поддержки малого и среднего бизнеса с позиций территориального маркетинга: научная монография / О.Н. Михайлюк, И.А. Черыгова. – Екатеринбург: Уральское изд-во, 2016. – 182 с.

ISBN 978-5-667-195-1

В монографии рассматриваются наиболее значимые проблемы государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России с точки зрения территориального маркетинга.

Кроме того сделан акцент на оценку проблем малого предпринимательства России, результатов регионального опыта ХМАО-Югры по реализации программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса региона. Так же предложены рекомендации по корректировке выше обозначенных программ государственной поддержки.

Книга предназначена для руководителей предприятий малого и среднего бизнеса, индивидуальных предпринимателей, руководителей органов государственной власти федерального и регионального уровней, работников и служащих министерств и ведомств, преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений.

ISBN 978-5-667-195-1

© О.Н. Михайлюк, 2016

© И.А. Черыгова, 2016

© Уральское изд-во, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. Научное обоснование необходимости формирования механизма государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России с позиции территориального маркетинга.....	10
1.1. Объективная необходимость государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России с позиции территориального маркетинга.....	10
1.2. Сущностное содержание основных элементов государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России ..	33
Глава 2. Отражение результатов реализации программ государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на состоянии малого бизнеса в РФ.....	52
2.1. Анализ экономического состояния малого и среднего бизнеса в регионах России с позиций территориального маркетинга	52
2.2. Специфика сферы финансирования малого и среднего предпринимательства в России....	68
Глава 3. Эффективность программ финансовых вложений в развитие малого бизнеса с позиций территориального маркетинга на примере ХМАО-Югры.....	81
3.1. Основные характеристики региона ХМАО-Югра с позиций территориального маркетинга.....	81
3.2. Экспертное исследование государственной программы ХМАО-Югры «Социально-экономическое развитие, инвестиции и инновации Ханты-Мансийского автономного округа - Югры на 2014 - 2020 годы»	96
3.3. Эффективность применения налоговых льгот и финансовой поддержки субъектами малого предпринимательства ХМАО-Югры в период 2012-2015гг.....	109
3.4. Рекомендации по основным направлениям совершенствования программ государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в ХМАО-Югре.....	123
Заключение.....	126
Литература.....	130
Приложения	